

## NANA et SENSIOGREY VOIENT LA VIE EN ROUGE

---

### **Nana fait confiance à SensioGrey avec le lancement de la nouvelle campagne #LaVieEnRouge qui vise à soutenir la gamme de tampons Nana Discret.**

Après Blood Normal, Nana poursuit son combat contre les tabous autour des règles et lance la campagne # LaVieEnRouge. La marque souhaite capitaliser sur les femmes pour lesquelles les règles ne devraient pas être un tabou et encourager les autres à s'en affranchir progressivement, à travers des messages forts et engageants.

Au service de ces femmes : Le tampon Discret, plus fin\*, autour duquel le dispositif clame la promesse suivante : « *Les règles c'est pas toujours facile, les tampons Nana si* ».

Cette campagne s'articule autour d'un film de 20 secondes mettant en scène les différentes humeurs des femmes pendant leurs règles, ainsi qu'un ensemble de déclinaisons courtes et formats mobiles. Le dispositif s'étend autour de contenus exclusifs déployés sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram), servant le message et la promesse de la marque. Les contenus fil rouge sont eux déclinés autour des situations « tampons ». Enfin, des micro-influenceuses sont invitées à regrammer le rouge qui leur ressemble le plus pendant leurs règles depuis le compte @nana\_france et un jeu concours permet aux communautés de gagner des lunettes de soleil teintées pour voir la vie en couleur.

L'agence pilote la stratégie Social Media, la production de contenus, définit la stratégie de moyens et l'animation des temps forts commerciaux.

*Plus fin\* : par rapport aux autres tampons sans applicateur de même capacité d'absorption. Valable sur les références Normal et Super.*

Pour découvrir la vidéo, c'est ici : <https://www.youtube.com/watch?v=Y1qV512guC8>

### **A propos de SensioGrey**

Brand As A Service

Eviter l'obsolescence, créer de nouveaux usages, développer le service, mesurer l'efficacité...

Nous pensons que les consommateurs attendent des marques qu'elles soient utiles.

Des marques accessibles, réactives, et qui résolvent de vrais problèmes.

Les marques doivent donc orienter leurs efforts vers la proposition d'expériences et de services personnalisés, qui vont vraiment aider les consommateurs tout au long de leurs parcours.

SensioGrey est une agence full-services née du rapprochement en 2017 de Sensio (agence digitale et mobile créée en 1998) avec le réseau Grey Europe. Elle porte la convergence entre création, tech, data & média pour aider les marques à être utiles tout au long du consumer journey.

SensioGrey accompagne plus de 80 annonceurs tels que PSA, l'Oréal, E.Leclerc, Optic 2000, Axa, Futuroscope, Nexity, Médiamétrie, Samsung, Bonobo, GRDF, Bescherelle, Sodebo, Häagen Dazs, Buy Paris Duty Free... Avec une offre ouverte et intégrée : Strategy | Brand & Creative Platforms | Content & Channel Planning | Design & Services | 360° experiences | Digital Solutions | Marketing & Média activation.

---

Fondée par Grégory Pascal et dirigée par Lucas Denjean, SensioGrey est élue Agence Digitale de l'Année 2017, figure dans le classement Les Champions de la croissance Les Echos/Statista, et dans les 1000 Fastest Growing Companies du Financial Times.

**Contacts Agence :**

*Clotilde Ravin* - Directrice du Développement SensioGrey - [clotilde.ravin@sensiogrey.com](mailto:clotilde.ravin@sensiogrey.com)  
01 86 65 74 09

*Claire Couzi* – *Chargée de communication SensioGrey* – [claire.couzi@sensiogrey.com](mailto:claire.couzi@sensiogrey.com)  
01 86 65 74 10

*Heloise Guillet* - Attachée de presse – [heloise@be-rp.fr](mailto:heloise@be-rp.fr) – 01 44 26 37 27 / 07 62 58 36 06

---